

LE JOURNAL DE L'EXPORT

LE BULLETIN D'INFORMATION DE L'AGENCE CÔTE D'IVOIRE EXPORT



À LA UNE

**FORUM T.A.I À ABIDJAN:
CONNECTER TALENTS ET
ENTREPRISES IVOIRIENNES**

2 • ÉDITO

3 • À LA UNE

- 4 • Forum T.A.I. à Abidjan : connecter talents et entreprises ivoiriennes
 - 6 • Mosaïque de photos
-

7 • RÉCAP DES ACTIVITÉS

- 8 • Février - avril 2026
-

10 • ÉVÈNEMENTS À VENIR

- 11 • Mai - juin - juillet 2026
-

12 • SOUS LES PROJECTEURS

- 13 • GONA Maroquinnerie, un savoir-faire ivoirien au service d'une ambition africaine.
-

15 • LUCARNE

- 16 • Le Pacte Mondial des Nations Unies, pour un secteur privé engagé sur de meilleures performances économiques adossées à la réalisation des objectifs de développement durable.
-

17 • INTELLIGENCE COMMERCIALE

- 18 • Actu - Transformation locale : mythe politique ou vraie opportunité économique
- 19 • Accès aux marchés - Accès au marché chinois : une ouverture tarifaire majeure pour les exportations africaines.
- 20 • Accès aux marchés - Directive sur le devoir de diligence des entreprises en matière de développement durable.
- 21 • Marchés non traditionnels - Le sésame, une filière stratégique en devenir.
- 22 • Radar concurrentiel
- 23 • Data export - Données des exportations ivoiriennes au t4 2025
- 24 • Brèves alertes



LE JOURNAL DE L'EXPORT

Bulletin d'information trimestriel de l'Agence Côte d'Ivoire Export

Édité par : Agence Côte d'Ivoire Export

Directeur de publication : Dr Kaladji FADIGA, Directeur Général Agence Côte d'Ivoire Export

Équipe éditoriale : Direction Communication, Direction Information Commerciale et Prospective, Direction du Développement des marchés

Coordination et diffusion : Direction Communication

Contact : communication@cotedivoirexport.ci

© 2025 Côte d'Ivoire Export – Tous droits réservés



Naviguer dans un commerce international moins prévisible.

Le commerce international a profondément évolué ces derniers mois. Les tensions géopolitiques, en particulier au Moyen-Orient, les perturbations des routes maritimes, ainsi que le renforcement des exigences réglementaires modifient concrètement les conditions d'accès aux marchés. Dans ce contexte, les exportateurs doivent composer avec un environnement plus incertain, qui exige une capacité d'adaptation permanente.

Pour la Côte d'Ivoire, cette situation appelle des réponses rapides et structurées. La sécurisation des flux logistiques, la maîtrise des exigences de traçabilité et l'ouverture vers de nouveaux débouchés s'imposent désormais comme des leviers indispensables pour préserver et renforcer nos positions à l'international.

Dans cette dynamique, l'Agence Côte d'Ivoire Export agit aux côtés des entreprises pour les aider à mieux anticiper, à décrypter les évolutions de leur environnement et à affiner leurs choix stratégiques. L'enjeu est de leur permettre de continuer à se développer tout en conservant des marges de manœuvre dans un contexte plus exigeant.

Les opportunités restent bien présentes, mais leur accès demande aujourd'hui davantage de préparation, de rigueur et de réactivité. C'est dans cet esprit que nous menons notre action, en partenariat étroit avec le secteur privé ivoirien.

Dr. Kaladji FADIGA
Directeur Général de l'Agence Côte d'Ivoire Export



À LA UNE

**LE JOURNAL DE
L'EXPORT**



Les 02 et 03 avril 2026, la Maison de l'Entreprise (CGECI) à Abidjan a accueilli le Forum « Jeunes-Entreprises » du programme Talents Africains à l'International (T.A.I.), réunissant entreprises, jeunes diplômés, partenaires institutionnels et financiers autour d'un objectif commun : renforcer la compétitivité des entreprises ivoiriennes et favoriser l'employabilité des talents à l'échelle régionale.

Développé par l'Union Économique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) et porté en Côte d'Ivoire par l'Agence Côte d'Ivoire Export, le programme T.A.I. s'impose comme une réponse concrète à un double enjeu structurel : d'une part, le besoin croissant des entreprises en compétences qualifiées pour soutenir leur expansion à l'international et d'autre part, la nécessité d'offrir aux jeunes diplômés des opportunités professionnelles adaptées à leur potentiel.

Une plateforme de rencontres au service de l'intégration régionale.

Dès la cérémonie d'ouverture, marquée par la présence de hautes autorités nationales et régionales, le ton a été donné : faire du T.A.I. un outil structurant de transformation économique et d'intégration régionale. Intervenant à cette occasion, le Directeur Général de l'Agence Côte d'Ivoire Export a souligné toute la portée stratégique du programme :

« Investir dans un Talent T.A.I., c'est engager un véritable ambassadeur de



l'excellence ivoirienne à l'étranger. »

Pensé comme un espace de dialogue et de mise en relation, le forum a permis de rapprocher concrètement les entreprises ivoiriennes et les jeunes talents, à travers des échanges structurés autour des enjeux d'internationalisation, de mobilité professionnelle et de compétitivité.



Deux panels majeurs ont rythmé cette première journée, enrichis par la signature de conventions de partenariat avec le Comité National des Organisations de Femmes Entrepreneures de Côte d'Ivoire pour la ZLECAf (CNOFECI-ZLECAf) et la Fédération des Jeunes Entrepreneurs de Côte d'Ivoire (FEJECI), traduisant une volonté affirmée de renforcer les synergies au sein de l'écosystème entrepreneurial.

Cap sur le financement et les partenariats structurants.

La seconde journée du forum a marqué un tournant décisif, avec l'organisation d'une table ronde réunissant les Partenaires Techniques et Financiers (PTF). Au cœur des discussions : la mobilisation de ressources pour soutenir durablement le programme T.A.I. et le projet Blaato, plateforme dédiée à la promotion de l'entrepreneuriat féminin et à l'accès aux marchés.

Dans un contexte où les jeunes et les femmes constituent des moteurs essentiels de croissance, les échanges ont permis d'identifier des leviers concrets pour :

- faciliter l'accès des PME aux opportunités régionales ;
- soutenir les missions professionnelles des jeunes talents ;
- accompagner le développement des entreprises, notamment celles portées par des femmes.

La participation d'acteurs majeurs, tels que le Système des Nations Unies à travers ONU Femmes, Business France, NSIA Banque ou encore la Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Ivoire, témoigne de l'intérêt croissant porté à la structuration d'un écosystème de financement inclusif et durable.

Une dynamique relancée pour un programme à fort potentiel.



À travers ce forum, l'Agence Côte d'Ivoire Export confirme son rôle central dans la mise en œuvre du programme T.A.I. en Côte d'Ivoire, avec l'ambition de le repositionner comme un véritable moteur de croissance pour les entreprises et un accélérateur d'insertion professionnelle pour la jeunesse.



En créant un cadre de dialogue entre talents, entreprises et partenaires financiers, le Forum T.A.I. pose les bases d'une dynamique renouvelée, au service d'une économie ivoirienne plus compétitive, plus inclusive et résolument tournée vers l'international.







RÉCAP DES ACTIVITÉS

LE JOURNAL DE
L'EXPORT



Signature de convention avec le Conseil du Coton, de l'Anacarde et du Karité.

Les vendredi 6 et samedi 7 février 2026, l'Agence Côte d'Ivoire Export a pris part à la 2^e édition des Journées Nationales du Producteur du Coton, de l'Anacarde et du Karité (JNPCA) à Yamoussoukro.

À cette occasion, une convention de partenariat a été signée avec le Conseil du Coton, de l'Anacarde et du Karité, visant à renforcer l'accompagnement des acteurs de ces filières stratégiques, à promouvoir la valorisation de leurs produits et à faciliter leur accès aux marchés régionaux et internationaux.

Clôture du projet PEM N'ZASSA.

Le jeudi 26 février 2026, l'Agence Côte d'Ivoire Export a pris part à la cérémonie de clôture du projet PEM N'ZASSA à l'espace Latrille Events.

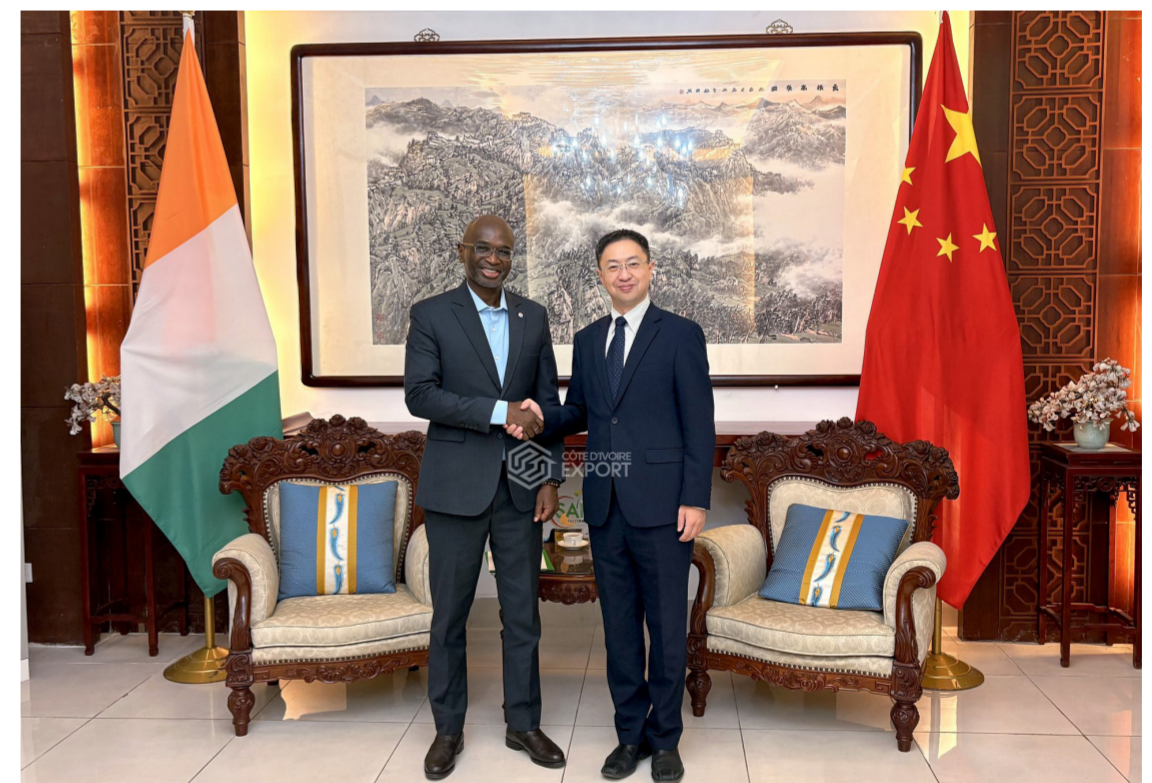
À cette occasion, M. Loba MOBIO, Conseiller Technique du Directeur Général, est intervenu en qualité de panéliste pour mettre en lumière les synergies entre le projet PEM N'ZASSA et le programme Talents Africains à l'International (TAI), ainsi que les actions de l'Agence en faveur de l'accompagnement des entreprises exportatrices.



Renforcement de la coopération économique avec la Chine.

Le jeudi 05 mars 2026, une réunion de travail s'est tenue à l'Ambassade de Chine en Côte d'Ivoire entre le Directeur Général de l'Agence Côte d'Ivoire Export, Dr Kaladji FADIGA, et le Conseiller commercial de l'Ambassade de Chine en Côte d'Ivoire, M. LI CHENGYAO.

Les échanges ont porté sur l'identification d'opportunités d'accès au marché chinois pour les entreprises ivoiriennes, notamment à travers la participation à la China International Import Expo (CIIE) prévue du 05 au 10 novembre 2026 à Shanghai.



Audience avec la Ministre serbe du Commerce Intérieur et Extérieur.

En marge de la 2^e Réunion préparatoire intergouvernementale (IPM) organisée dans le cadre de l'Expo 2027 Belgrade, une délégation de l'Agence Côte d'Ivoire Export conduite par son Directeur Général, Dr Kaladji FADIGA, a été reçue en audience par la Ministre serbe du Commerce Intérieur et Extérieur.

Les échanges ont porté sur les perspectives de renforcement des relations commerciales entre la Côte d'Ivoire et la Serbie, ainsi que sur la participation ivoirienne à l'Expo 2027 Belgrade.

L'Agence Côte d'Ivoire Export reçoit une délégation du Royaume du Maroc.

Le mardi 24 mars 2026, l'Agence Côte d'Ivoire Export a reçu à son siège une délégation du Royaume du Maroc conduite par M. Omar HEJIRA, Secrétaire d'État chargé du Commerce Extérieur.

Les échanges ont porté sur le renforcement d'un partenariat stratégique entre les deux pays, avec des perspectives de collaboration dans plusieurs secteurs clés, notamment l'agro-industrie, le textile et l'artisanat.

Parmi les actions envisagées figurent la participation à des événements majeurs au Maroc, dont le Forum économique prévu en juin 2026 à Casablanca et au Salon de l'Export à Fès en 2027.

Pour Dr Kaladji FADIGA, Directeur Général de l'Agence Côte d'Ivoire Export, cette rencontre s'inscrit pleinement dans la stratégie nationale visant à positionner le Royaume du Maroc comme un partenaire commercial privilégié. Il a rappelé qu'en 2025, plusieurs missions de prospection ont été menées au Maroc et ont abouti à la signature d'une convention-cadre avec l'AMDIE, le 23 décembre 2025.



14e conférence Ministérielle de l'OMC

En marge de la 14e Conférence Ministérielle de L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), M. Kalil KONATE, Ministre du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat a été reçu par son homologue en charge des PME et de l'artisanat du Cameroun à son Cabinet.

Au terme des échanges, Monsieur le Ministre a remis à son hôte du jour, un coffret cadeau de l'Agence Côte d'Ivoire Export, présenté par Dr. Kaladji FADIGA, Directeur Général de ladite Agence.

10e session des Vendredis de l'Export.

Le vendredi 10 avril 2026, l'Agence Côte d'Ivoire Export, en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Ivoire et le Nouveau Regard Ivoirien (NRI), a organisé la 10^e session des Vendredis de l'Export.

Consacrée au thème « Les étapes clés pour réussir sa participation à un événement à l'international », cette session a permis aux entreprises participantes de renforcer leurs capacités à travers des échanges avec des experts et des retours d'expérience concrets.



Les discussions ont porté sur les bonnes pratiques à adopter, de la préparation en amont au suivi post-événement, afin d'optimiser la visibilité et maximiser les retombées commerciales.

À travers cette initiative, l'Agence Côte d'Ivoire Export poursuit son engagement en faveur du renforcement des compétences des entreprises exportatrices et de leur compétitivité sur les marchés internationaux.



ÉVÈNEMENTS À VENIR

LE JOURNAL DE
L'EXPORT

MAI 2026

Business	AFRICA CEO FORUM Du 14 au 15 Mai	RWANDA (KIGALI)	Contacts : register@theafricaceoforum.com
Agro-Alimentaire, Agriculture	SENEFOOD (SALON INTERNATIONAL POUR L'ALIMENTATION) Du 14 au 16 Mai	SENEGAL (DAKAR)	Contacts : dakar@hagegrup.com +221 77 625 94 77
Agro-Alimentaire, Agriculture, Startups	THAIFEX ANUGA Du 26 au 30 Mai	THAÏLANDE (BANGKOK)	Contacts : lynn.how@koelnmesse.com.sg

JUIN 2026

Agro- Alimentaire	SEOUL FOOD & HOTEL 2026 Du 9 au 12 juin	CORÉE DU SUD (GOYANG)	Contacts : info@seoulfood.or.kr 02-3460-7269,7273,7258,3250
Agro-Alimentaire, Agriculture	AFRICA FOOD SHOW Du 10 au 12 juin	AFRIQUE DU SUD (CAPE TOWN)	Contacts : Abderrazak.hilal@mieevents.com +212 663 76 21 59
Agro-Alimentaire, Agriculture	SUMMER FANCY FOOD Du 28 au 29 juin	ÉTATS-UNIS (NEW YORK)	Contacts : socialmedia@specialtyfood.com Press@specialtyfood.com +1 (212) 482-6440



SOUS LES PROJECTEURS

**LE JOURNAL DE
L'EXPORT**



Dans un contexte où la valorisation du « Made in Côte d'Ivoire » s'impose comme un enjeu stratégique pour le développement économique et la création d'emplois, certaines entreprises locales se distinguent par leur capacité à allier savoir-faire, vision et impact.

C'est le cas de GONA MAROQUINERIE, une entreprise ivoirienne qui incarne à la fois l'excellence artisanale ivoirienne et une ambition d'expansion affirmée.

À sa tête, Monsieur Jean AHOUA, un entrepreneur autodidacte dont le parcours illustre le potentiel des métiers du cuir en Côte d'Ivoire.

Un virage audacieux et une ambition assumée.



Ancien Comptable, Jean AHOUA opère un tournant décisif en choisissant, à 27 ans, de se reconvertir dans la maroquinerie. Un choix à contre-courant, porté par une conviction forte : réussir dans un métier souvent sous-estimé.



En 1995, il démarre modestement avec une formation auprès d'artisans ghanéens, il poursuit ensuite son apprentissage en autodidacte, développant progressivement une expertise complète : chaussures, sacs, ceintures, bagagerie et gainerie.

Dès le départ, la vision est claire : partir de peu, mais construire grand.

De la maîtrise du métier à la création d'une marque "Made In Côte d'Ivoire".

Après deux décennies à perfectionner son art, pour Monsieur AHOUA, l'objectif n'était pas seulement de créer une marque, mais de positionner un savoir-faire local à la hauteur des grandes maisons internationales. La marque, s'est ainsi construite comme un véritable laboratoire, guidée par une exigence constante de qualité avec une

expertise sur chaque métier du cuir.

À 12 ans d'existence, la marque GONA MAROQUINERIE a une ambition forte qui se dessine : démocratiser le cuir de qualité. Pour son créateur, rendre les produits en cuir de qualité accessibles au plus grand nombre, en s'appuyant sur une production maîtrisée et compétitive, est une nouvelle étape à franchir.

Une vision claire : conquérir, industrialiser, transmettre.

Aujourd'hui, la vision de GONA MAROQUINERIE s'articule autour de trois axes stratégiques majeurs : Conquérir des marchés, changer d'échelle et former pour pérenniser.



En effet, la marque entend développer ses parts de marché au niveau local et s'exporter sur le marché africain, où les besoins sont grandissant et déjà exprimés. Afin de répondre à une demande plus large tout en maintenant la qualité du produit, l'industrialisation est une étape clé, permettant de passer d'un modèle artisanal à une production à grande échelle. Et ce, tout en développant les compétences locales et en structurant une nouvelle génération de professionnels du cuir pour en faire un métier d'avenir.

Un accompagnement stratégique au service du Made in Côte d'Ivoire.



Dans cette dynamique de positionnement et d'expansion, GONA MAROQUINERIE peut compter sur l'appui de l'Agence Côte d'Ivoire Export, dont elle bénéficie d'un accompagnement à l'Export.

Selon M. AHOUA, l'engagement de l'Agence Côte d'Ivoire Export en faveur de la promotion du savoir-faire local joue un rôle déterminant. Leur récente collaboration sur la conception du coffret Akwaba, coffret 100 % « Made in Côte d'Ivoire », en est une illustration concrète.



Ce coffret présentant des produits locaux a été le fruit d'une volonté claire : valoriser le savoir-faire local à forte valeur ajoutée, capable de répondre aux standards de qualité tout en portant une identité nationale forte.

Au-delà du produit, c'est un message essentiel que porte cette collaboration, celui de mettre en lumière toute la richesse de l'artisanat ivoirien où les talents locaux sont identifiés, et accompagnés afin de renforcer leur compétitivité et leur accès aux marchés internationaux.

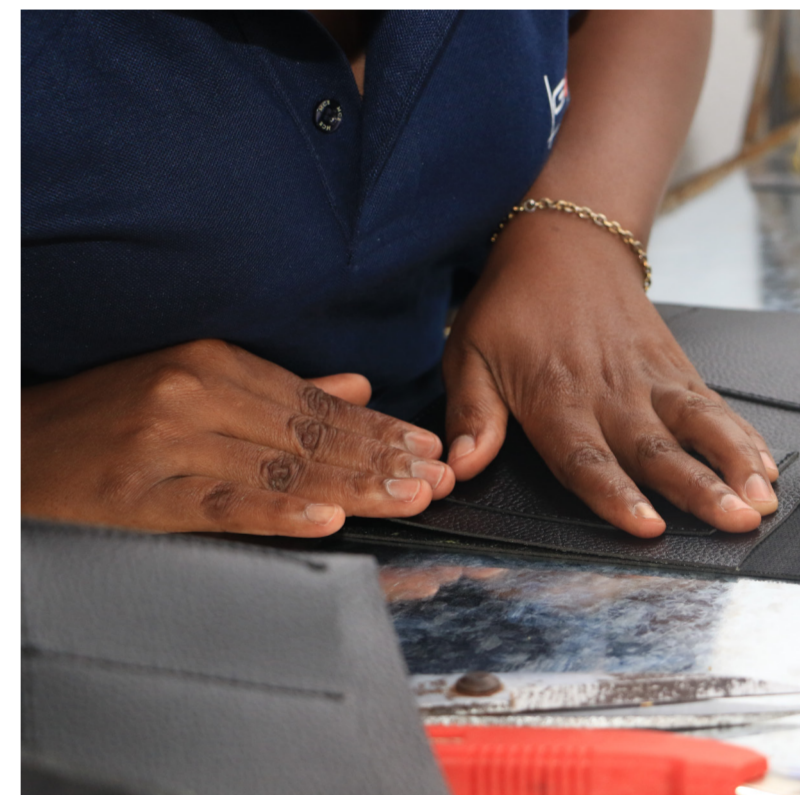
En s'appuyant sur des entreprises comme GONA MAROQUINERIE, l'Agence Côte d'Ivoire Export confirme ainsi son rôle de catalyseur dans la promotion du « Consommer ivoirien » et dans le rayonnement du "Made In Côte d'Ivoire" à l'international.

Un message futurs maroquiniers : oser apprendre et construire.

A travers son parcours, Monsieur Jean AHOUA porte un message clair à la jeunesse : le secteur du cuir représente une opportunité majeure encore largement sous-exploitée.

Dans un marché dominé par les importations, la demande locale, déjà forte, reste encore insuffisamment adressée par l'offre nationale. S'y engager, c'est non seulement apprendre un métier, mais aussi participer à la création d'emplois et à la transformation économique du pays.

Croire en ses capacités, se former et oser entreprendre : tels sont les leviers mis en avant à travers ce parcours. Et l'évolution de la marque GONA MAROQUINERIE confirme que le « Made in Côte d'Ivoire » a non seulement du potentiel, mais aussi de l'avenir.



INTELLIGENCE COMMERCIALE



LE JOURNAL DE
L'EXPORT

TRANSFORMATION LOCALE : MYTHE POLITIQUE OU VRAIE OPPORTUNITÉ ÉCONOMIQUE ?



Souvent présentée comme une évidence, la transformation locale suscite pourtant des réserves chez de nombreux opérateurs. Entre coûts élevés, contraintes techniques et accès aux marchés, la promesse de valeur reste parfois perçue comme théorique. Une lecture économique permet d'en juger plus concrètement.

Les écarts de valeur entre produits bruts et transformés sont significatifs. Dans la filière cacao, une tonne de fèves se négocie autour de 2 500 USD, contre 4 000 à 6 000 USD pour des produits semi-transformés comme le beurre ou la pâte. Les produits finis, tels que le chocolat, peuvent dépasser 8 000 USD la tonne selon le positionnement. La logique est similaire pour le cajou : 1 200 à 1 500 USD pour la noix brute, jusqu'à 4 000 à 7 000 USD pour les amandes décortiquées, et davantage encore pour les produits finis.

Ces écarts traduisent un déplacement de la valeur vers les niveaux les plus transformés. En restant sur l'export de matières premières, une part importante

de cette valeur est captée par d'autres acteurs de la chaîne.

Au-delà du prix, la transformation locale répond à une évolution structurelle des marchés. Les importateurs privilégient des produits conformes, traçables et directement exploitables. Se positionner sur des segments transformés permet ainsi de réduire le nombre d'intermédiaires et de renforcer sa capacité de négociation.

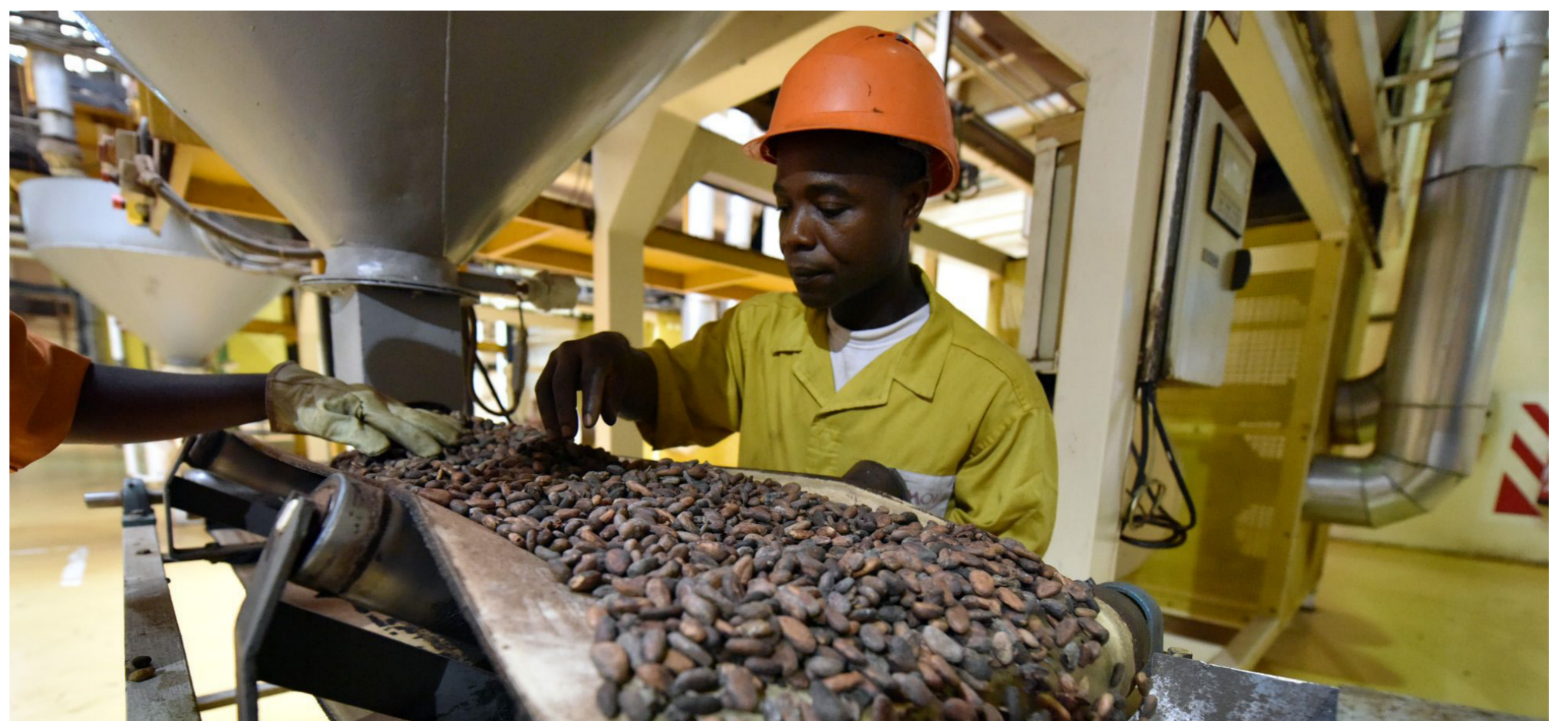
Cette transition implique également un changement de marchés cibles. Les circuits d'exportation des produits bruts ne sont pas ceux des produits semi-transformés ou finis, qui répondent à des logiques commerciales, des normes et des attentes différentes. Dans ce contexte, l'Agence Côte d'Ivoire Export joue un rôle d'accompagnement déterminant en aidant les entreprises à identifier les débouchés pertinents, à comprendre les exigences spécifiques de ces marchés et à structurer leur

approche commerciale. L'accès à ces segments plus exigeants repose en effet sur une expertise que les opérateurs doivent progressivement intégrer.

Cette opportunité reste toutefois conditionnée. La transformation implique des investissements, une maîtrise technique et un accès direct aux marchés. Sans ces éléments, les gains de valeur peuvent être absorbés par les coûts.

L'enjeu n'est donc pas d'opposer produit brut et produit fini, mais de déterminer le bon niveau de transformation. Pour de nombreuses entreprises, le segment intermédiaire constitue déjà un levier concret d'amélioration des marges.

La transformation locale n'est ni un slogan, ni une solution automatique. Elle représente un repositionnement stratégique dans la chaîne de valeur, à condition d'être abordée avec méthode et réalisme.



ACCÈS AU MARCHÉ

ACCÈS AU MARCHÉ CHINOIS : UNE OUVERTURE TARIFAIRE MAJEURE POUR LES EXPORTATIONS AFRICAINES.

Le 14 février 2026, en marge du sommet de l'Union africaine à Addis-Abeba, le président chinois Xi Jinping a annoncé l'extension d'un régime de zéro droit de douane à 53 pays africains. L'entrée en vigueur est prévue au 1er mai 2026. Cette mesure généralise un dispositif jusque-là limité aux pays les moins avancés, en l'étendant à l'ensemble des économies africaines entretenant des relations diplomatiques avec la Chine, à l'exception de l'Eswatini.

**Détails de cet accord préférentiel.**

Sur le plan technique, ce régime couvre l'ensemble des lignes tarifaires à l'importation en Chine pour les produits d'origine africaine, sous réserve du respect des règles d'origine. Il permet ainsi un accès préférentiel généralisé au marché chinois, avec une suppression des droits de douane applicables, dont les taux pouvaient atteindre jusqu'à 25 % selon les catégories de produits avant l'entrée en vigueur du dispositif. Cette évolution modifie significativement les conditions d'accès, tout en plaçant les exportateurs africains en concurrence directe sur un même marché avec des avantages tarifaires équivalents.

Le dispositif présente une particularité

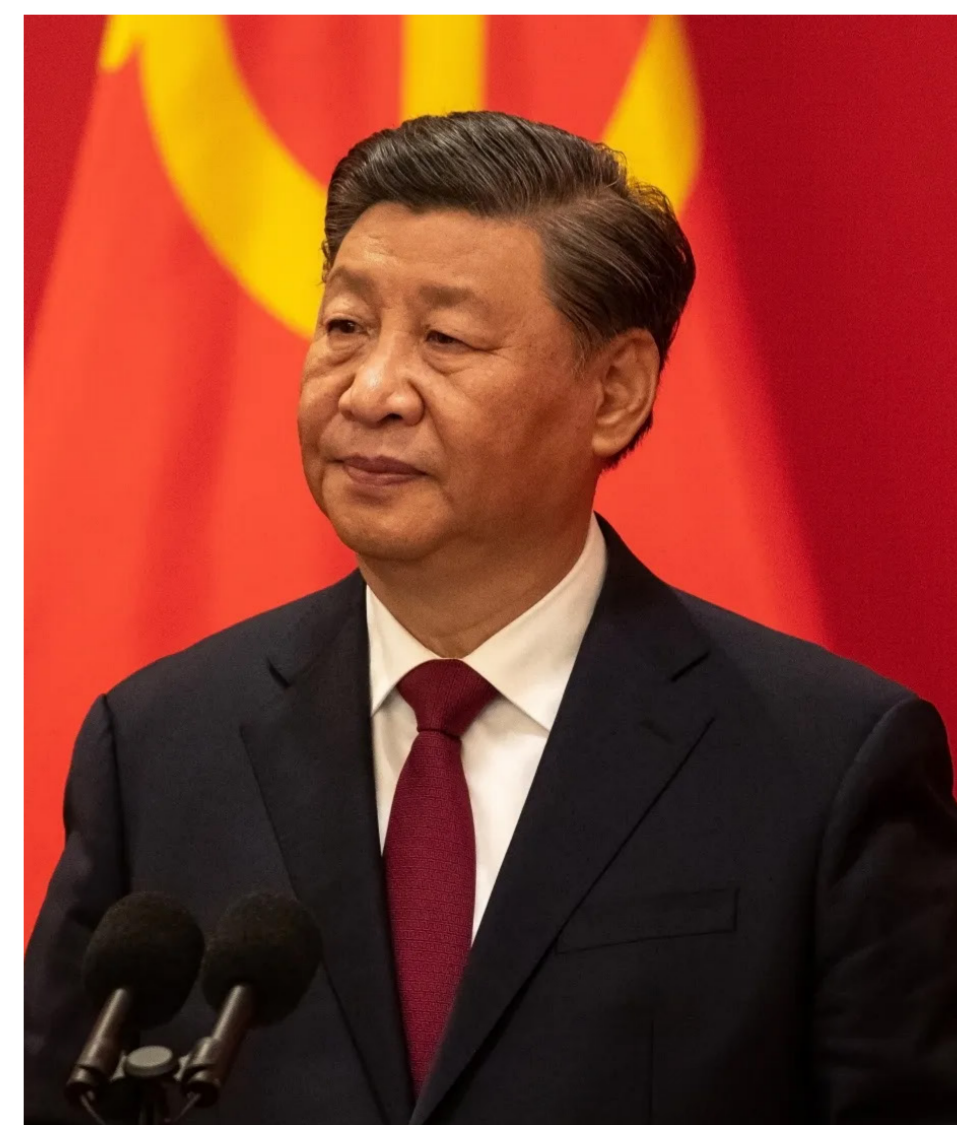
notable : il s'agit d'une ouverture unilatérale, sans exigence formelle de réciprocité tarifaire. Pour la Chine, l'objectif est double : accroître ses importations en provenance du continent africain et sécuriser ses chaînes d'approvisionnement, notamment en matières premières et produits agricoles, tout en consolidant son positionnement comme partenaire commercial stratégique.

Une montée en gamme nécessaire.

Pour la Côte d'Ivoire, l'impact potentiel est immédiat sur les filières exportatrices, en particulier le cacao, le caoutchouc techniquement spécifié, le café, l'anacarde et, plus largement, les produits agricoles transformés. La suppression des droits de douane améliore mécaniquement la compétitivité-prix sur le marché chinois. Toutefois, cet avantage tarifaire ne constitue qu'un levier parmi d'autres. L'accès effectif reste conditionné au respect des exigences non tarifaires (normes sanitaires, traçabilité, logistique) ainsi qu'à la capacité d'adaptation aux spécificités du marché chinois.

Dans ce contexte, l'enjeu stratégique réside dans la montée en gamme et la

transformation locale. Les 53 pays africains bénéficiant désormais des mêmes conditions d'accès, la différenciation devient un facteur clé. Le positionnement sur des segments à plus forte valeur ajoutée (produits transformés, premium ou de spécialité) constitue un levier essentiel pour capter les gains liés à cette ouverture tarifaire. En définitive, cette mesure constitue une avancée significative en matière d'accès au marché. Pour la Côte d'Ivoire, elle ouvre des perspectives concrètes, à condition de transformer cet avantage tarifaire en stratégie d'exportation structurée et compétitive.



ACCÈS AU MARCHÉ

TOUT SAVOIR SUR LE DEVOIR DE DILIGENCE DES ENTREPRISES
EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

La directive européenne sur le devoir de diligence en matière de développement durable renforce les exigences applicables aux grandes entreprises opérant au sein de l'Union européenne. Celles-ci sont désormais tenues d'identifier, prévenir et atténuer les impacts négatifs de leurs activités sur les droits humains et l'environnement.

Une réglementation à application progressive.

Adoptée en mai 2024 et entrée en vigueur en juillet 2024, la directive européenne sur le devoir de diligence fera l'objet d'une application progressive entre 2027 et 2029, selon la taille des entreprises concernées, avec une première publication des rapports attendue en 2030.

Par ailleurs, depuis février 2026, le périmètre des entreprises concernées a été significativement réduit (environ -70 %). Sont désormais visées :

- Les entreprises européennes de plus de 5 000 salariés réalisant un chiffre d'affaires net mondial supérieur à 1,5 milliard d'euros ;
- Les entreprises non européennes générant un chiffre d'affaires net supérieur à 1,5 milliard d'euros sur le marché de l'UE.

Enfin, le cadre réglementaire encadre strictement les demandes d'informations adressées aux partenaires commerciaux. Les grandes entreprises ne peuvent exiger que les données strictement nécessaires au respect de leurs obligations de diligence. Pour les partenaires de moins de 5 000

employés, seules les informations indisponibles par d'autres moyens peuvent être demandées.

Obligations des producteurs et exportateurs.

Si les producteurs et fournisseurs situés hors de l'UE ne sont pas directement soumis à ces obligations, ils seront néanmoins davantage sollicités pour fournir des informations détaillées sur leurs processus de production et de transformation. Ces données permettront aux grandes entreprises européennes de démontrer leur conformité aux nouvelles exigences réglementaires.

L'enjeu devient rapidement stratégique à l'échelle nationale. Bien que les exportateurs ne soient pas directement soumis à la directive comme rappelé précédemment, ils devront néanmoins s'y conformer indirectement à travers les exigences de leurs partenaires européens. Cela implique un renforcement des capacités en matière de traçabilité, de transparence des processus de production et de respect de standards environnementaux et sociaux plus stricts, ainsi qu'une structuration accrue des filières. À défaut, le risque de perte d'accès au marché européen est réel. À l'inverse, les acteurs capables de s'adapter pourront tirer parti de ce nouveau cadre en améliorant leur positionnement, en captant davantage de valeur et en se différenciant sur des marchés de plus en plus exigeants.



MARCHÉS NON TRADITIONNELS

LE SÉSAME, UNE FILIÈRE STRATÉGIQUE EN DEVENIR.



Longtemps marginale, la filière sésame s'impose progressivement comme un levier crédible de diversification des exportations agricoles. Les données récentes confirment une combinaison favorable : croissance soutenue de la demande, hausse des prix et forte dépendance des marchés importateurs.

Chiffres clés.

Entre 2015 et 2024, la valeur des importations mondiales de graines de sésame a progressé de **60,10 %**, tandis que celle de l'huile a augmenté de **76,82 %**. Dans le même temps, les volumes n'ont crû que d'environ **37 %**, traduisant une tension haussière sur les prix internationaux.

Cette dynamique est largement portée

par l'Asie. La Chine concentre à elle seule 45 % des importations mondiales de graines, loin devant la Turquie, le Japon et l'Inde. Le marché mondial des graines atteint 2 493,4 milliers de tonnes en 2024, confirmant l'importance des flux vers cette région.

L'organisation du commerce est structurée autour d'un schéma classique : les pays africains exportent majoritairement des graines brutes, tandis que la transformation est assurée en Asie. Les principaux exportateurs incluent le Nigéria (14,6 %), le Pakistan (11,23 %), le Brésil (9,87 %), l'Inde (9,79 %) et le Soudan (9,66 %). Cette spécialisation explique que la valeur ajoutée soit principalement captée hors du continent, notamment dans la production d'huile et de produits dérivés.

Le sésame en Côte d'Ivoire.

Dans ce contexte, la Côte d'Ivoire reste un acteur marginal. En 2024, elle a exporté 1 675 tonnes, soit environ 0,07 % des exportations mondiales. Les exportations concernent exclusivement des graines brutes, sans production d'huile destinée à l'export, ce qui reflète une absence de transformation locale.

Cette situation contraste avec un potentiel agronomique réel. Le sésame, culture oléagineuse à cycle court de 75 à 135 jours, est adapté aux conditions agro-climatiques du nord du pays. Ses débouchés couvrent des segments à forte valeur : agroalimentaire, confiserie, cosmétique et industrie pharmaceutique.

Le développement de la filière repose dès lors sur un double levier : l'augmentation des volumes produits et surtout la mise en place d'une capacité de transformation locale (huile, pâte, dérivés). Dans un marché en expansion, marqué par une demande soutenue et des prix orientés à la hausse, le sésame présente ainsi les caractéristiques d'une culture d'avenir.

À défaut d'une stratégie intégrée, la Côte d'Ivoire risque toutefois de rester positionnée sur les segments les moins rémunérateurs. À l'inverse, une structuration de la filière permettrait de transformer cette opportunité en levier de montée en gamme et de diversification des exportations.



RADAR CONCURRENTIEL



CACAO : L'AMÉRIQUE LATINE ACCÉLÈRE SUR LE HAUT DE GAMME ET LA CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE.



L'Amérique latine devrait enregistrer la croissance la plus rapide de l'offre mondiale de cacao en 2025, portée par l'expansion des surfaces cultivées, l'amélioration des rendements et un positionnement accru sur les segments haut de gamme en Équateur, au Brésil, en Colombie et au Pérou. L'Équateur se distingue particulièrement par sa productivité et ses investissements dans l'agroforesterie, renforçant la résilience climatique des plantations et facilitant la conformité aux exigences de l'EUDR.

Vietnam : domination renforcée sur le café mondial.

Le Vietnam consolide sa position de premier exportateur mondial de café robusta, avec un chiffre d'affaires à l'exportation de 8,9 milliards USD en 2025 (+59 %). Cette performance s'explique par la hausse des prix internationaux, mais aussi par une amélioration de la productivité et une structuration efficace de la filière. Le pays renforce par ailleurs sa stratégie de montée en valeur, en développant progressivement ses capacités de transformation (café soluble, torréfié) et

en diversifiant ses débouchés. Cette dynamique conforte son avantage compétitif sur le segment du robusta, directement concurrent des origines ouest-africaines.

Malaisie : montée en gamme sur les produits dérivés du palmier.

La Malaisie intensifie sa stratégie de transformation de l'huile de palme en développant des segments à forte valeur ajoutée, notamment l'oléochimie (acides gras, glycérine, tensioactifs), les biocarburants et les ingrédients pour les industries cosmétique et pharmaceutique. Le pays s'appuie sur un écosystème industriel structuré et des incitations publiques pour attirer les investissements dans ces filières aval, tout en renforçant ses standards de durabilité (certification MSPO) afin de sécuriser l'accès aux marchés européens et internationaux. Cette orientation lui permet de réduire progressivement sa dépendance aux exportations d'huile brute et de capter une part croissante de la valeur dans la chaîne mondiale du palmier

Nigéria : relance stratégique de la filière huile de palme.

Le Nigéria met en œuvre une stratégie de relance de sa filière huile de palme à travers des programmes de replantation de palmiers à haut rendement, la réhabilitation des plantations existantes et le développement d'unités de transformation modernes (raffinage, fractionnement). Le pays s'appuie notamment sur des partenariats

public-privé et des financements d'institutions comme la Banque africaine de développement pour structurer la chaîne de valeur. L'objectif est double : combler un déficit de production estimé à plus de 1 million de tonnes par an et repositionner progressivement le pays sur les marchés régionaux et internationaux.



Cambodge : hausse rapide de la production de cajou.

Le Cambodge enregistre une progression significative de sa production de noix de cajou, avec plus de 600 000 tonnes en 2025, majoritairement exportées vers le Vietnam pour transformation. Cette dynamique repose sur l'extension des surfaces cultivées, l'amélioration des rendements et l'organisation progressive des producteurs. Parallèlement, le pays engage le développement d'unités locales de décorticage et de séchage, avec un appui public visant à structurer la filière et à améliorer la qualité post-récolte. L'objectif est de réduire la dépendance à l'exportation de noix brutes et de capter une part plus importante de la valeur ajoutée.

DATA EXPORT

DONNÉES DES EXPORTATIONS IVOIRIENNES AU T4 2025

L'Agence Nationale de la Statistique (ANSTAT) a publié les chiffres du commerce extérieur de la Côte d'Ivoire pour le dernier trimestre 2025.

Une orientation toujours dominée par les marchés extra-africains

Selon ces chiffres, les exportations ivoiriennes sont restées fortement orientées vers l'extérieur du continent. L'Europe a capté à elle seule environ 45 % des flux, tandis que l'Afrique n'a représenté que 12,8 %, en recul par rapport au T4 2024 où sa part était légèrement plus élevée. Les autres régions, principalement l'Asie et les Amériques, ont concentré environ 42 %, dans une dynamique globalement stable d'une année sur l'autre.



Au total, les marchés hors Afrique ont ainsi absorbé plus de 85 % des exportations, un niveau comparable à celui observé au T4 2024, confirmant une faible intégration régionale malgré les opportunités offertes par la ZLECAf.



Une structure produit toujours concentrée, portée par le cacao

La structure des exportations est demeurée largement dominée par les produits agricoles, qui ont représenté plus de 60 % des flux, un niveau globalement stable par rapport au T4 2024. Cette spécialisation s'est appuyée principalement sur le cacao et ses dérivés, qui ont pesé environ 40 % des exportations totales, confirmant leur rôle central dans le profil exportateur du pays. Les autres produits majeurs ont inclus le pétrole brut et les produits pétroliers (~15 %), le caoutchouc naturel (~8 %), la noix de cajou (~7 %) et l'or (~6 %), avec des contributions globalement similaires à celles observées un an plus tôt.

Au total, ces cinq produits ont concentré environ 76 % des exportations, traduisant une forte dépendance à un nombre limité de filières, dans une configuration peu évolutive par rapport au T4 2024. Cette concentration a renforcé l'exposition du pays aux fluctuations des prix

internationaux, en particulier sur les matières premières agricoles et énergétiques.

Par ailleurs, bien que des efforts de transformation locale aient été observés, les produits transformés sont restés minoritaires et leur progression est demeurée insuffisante pour rééquilibrer la structure globale des exportations, toujours dominée par les produits primaires.

Dans ce contexte, le modèle exportateur ivoirien a reposé sur des fondamentaux solides, avec une forte présence sur les marchés internationaux (>85 % hors Afrique) et un positionnement affirmé sur des filières clés représentant environ 76 % des exportations. Cette configuration a permis de soutenir la performance globale des exportations, tout en offrant des leviers clairs pour renforcer la diversification et la montée en gamme dans les années à venir.

BRÈVES ALERTES

ACCORD UE-ÉTATS-UNIS : UNE RATIFICATION SOUS CONDITIONS.

Le Parlement européen a validé le 26 mars l'accord de libre-échange de Turnberry conclu en 2025 entre Washington et Bruxelles. Cette ratification s'accompagne toutefois de garde-fous stricts : l'entrée en vigueur reste conditionnée au respect des engagements douaniers américains, une clause de suspension est prévue en cas de pression ou de menace envers un État membre, et l'accord est limité dans le temps, avec une échéance fixée au 31 mars 2028.

VIETNAM – IRLANDE : RENFORCEMENT DES RELATIONS ÉCONOMIQUES.

Le Vietnam et l'Irlande ont tenu le 26 mars une consultation politique visant à approfondir leurs relations bilatérales, notamment dans le commerce, l'investissement et l'agroalimentaire. Les deux pays ont réaffirmé leur volonté de mieux exploiter l'accord de libre-échange UE-Vietnam et de renforcer leur coopération sur les chaînes de valeur. Cette dynamique s'inscrit dans une montée en puissance des échanges, en hausse de 14 % en 2025.

ACCORD UE-AUSTRALIE : UN COMPROMIS SENSIBLE SUR L'AGRICULTURE.

L'Union européenne et l'Australie ont conclu le 24 mars un accord de libre-échange après plusieurs années de négociations. Si le texte prévoit une large suppression des droits de douane, le volet agricole demeure sensible, avec des

quotas limités pour les viandes australiennes et des concessions encadrées sur certaines appellations d'origine. Les organisations agricoles européennes dénoncent un accord déséquilibré, tandis que certains secteurs exportateurs y voient de nouvelles opportunités.

ZLECAF : LE MAROC SE POSITIONNE SUR L'AUTOMOBILE.

Avec l'adoption des nouvelles règles d'origine de la ZLECAF, le Maroc renforce son positionnement dans l'industrie automobile africaine. En clarifiant les critères de transformation locale, ce cadre facilite l'exportation de véhicules et de composants "made in Morocco" vers le marché continental avec des avantages tarifaires. Cette évolution consolide le rôle du pays comme hub industriel régional et pourrait accélérer les investissements dans la chaîne de valeur locale.

ZAMBIE : MONTÉE EN PUISSANCE DES EXPORTATIONS DE SEMENCES.

La Zambie renforce son positionnement comme fournisseur régional de semences, portée par une demande croissante en Afrique et au-delà. Soutenue par des investissements ciblés et des partenariats public-privé, la filière gagne en compétitivité et étend ses débouchés, y compris vers l'Europe. Cette dynamique illustre une montée en gamme progressive du secteur agricole zambien, désormais orienté vers des intrants à plus forte valeur ajoutée.

FRET AÉRIEN : HAUSSE DES PRIX MALGRÉ LA BAISSÉ DES VOLUMES.

Les tarifs du fret aérien poursuivent leur hausse dans un contexte de fortes tensions au Moyen-Orient. Au cours de la semaine du 16 au 22 mars, les prix moyens ont progressé de 7 % pour atteindre 2,84 USD/kg, tandis que les prix spot ont grimpé à 3,38 USD/kg (+26 % sur un an). Cette hausse intervient malgré un recul des volumes de -1 % sur la semaine et -6 % sur un an, en raison d'une contraction marquée des capacités, notamment dans la zone Moyen-Orient-Asie du Sud (-37 %). La combinaison d'une offre limitée et d'une demande soutenue maintient une pression élevée sur les coûts logistiques.



**CÔTE D'IVOIRE
EXPORT**



***ENSEMBLE, EXPORTONS
LE MADE IN CÔTE D'IVOIRE
EN 2026.***





CONTACTEZ-NOUS !




cotedivoirexport.ci



Adresse

Immeuble CGRAE, face
à Fraternité Matin, Bd de
l'Indenié, Abidjan



Téléphone

+225 27 20 28 67 53
+225 07 67 22 99 36